在媒体融合时代积极提升电视新闻传播舆论影响力

摘　要：信息化时代的来临，形式多样的新媒体如雨后春笋生机勃勃。这些各式各样的新媒体不断分流着原本属于传统媒介的受众群体，同时改变着传统的媒介格局，尤其是电视媒介。因此国内外众多地市的传统媒介机构都在积极探索，应对信息化时代到来，借助科技信息时代的东风，打造传统与新媒体融合的格局。本文立足于当前的媒体融合形式，来探讨当今形势下提升电视新闻传播舆论影响力的策略。

关键词：媒体融合时代；提升；电视新闻传播；舆论影响力
中图分类号：G222　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）05-046-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.05.009

■文 / 李彦申

媒体融合目前已经成为传统媒体转型的基本趋势。笔者结合自身多年从事媒体研究的相关经验，基于大量的实践，同时参考诸多相关书籍资料，以媒体大融合为背景，来探讨在媒体融合时代下如何积极提升电视新闻传播的舆论影响力，进而提升电视新闻传播的价值，为社会和广大人民群众的利益服务。

1. 媒体融合时代下电视新闻传播的舆论影响力分析

对于舆论影响力，不同的专家学者基于自身的知识结构、文化水平和认知角度的差异，因而有着不同的定义。笔者所说的舆论影响力更多地是从电视新闻传播媒介来入手的。具体来说，舆论影响力就是社会舆论界对新闻媒体所报道的新闻事件进行关注、反响、引发共鸣的能力和效果。换句话说，就是电视新闻媒体通过向所有受众传播有新闻价值事件之后，在受众群体中所产生的作用力。从舆论影响力我们可以看出，媒介影响力的根本目的是为受众群体准确、及时地推送信息，接下来受众对信息进行积极的理解并将这些信息传播出去。从这一点来看的话，舆论的影响力是有大小之分的。

舆论影响力是新闻存在和发展的根本标志，也是用来衡量新闻质量的基本准则。更确切地说影响力不仅仅是一种注意力经济，更是一种传播结果。那么如何衡量舆论影响力的大小呢，笔者结合与舆论影响力相关书籍资料，归纳整理出决定舆论影响力的因素。这一因素就是媒体的传播力以及引导力。简单地说媒体的传播力和引导力越大，与之相联系的媒体舆论影响力就越大，媒体的传播力和引导力越小，与之相联系的媒体舆论影响力就越小，这两者之间的关系呈现出正比例趋势。但有一点，就是媒体舆论的影响力并不是只与传播力和引导力有关，除了传播力和引导力之外还有感召力这一因素。

媒体的舆论影响力越大，它对于受众群体的舆论动员力度就越大。其实电视新闻最大的存在价值就是通过自身的感召力将受众聚集在一起，参与相关社会事务的讨论。进而对这些受众群体的意识形态和价值观产生更深层次的影响。根据基本常识和认知规律我们可以看出，新闻的舆论影响力并不是短时间内一次或者两次思维干预来完成，而是需要经历一定的时间，一定量的累计来实现的。

从舆论影响力产生的过程来看，舆论影响力并不是在当今时代才形成，也不是世界上某些国家或地区的新闻媒体独立创造的，而是在人类社会发展的过程中，为了适应发展的需求而产生的。客观上来说，舆论影响力对于社会的发展具有重要的推动作用，因此在人类社会发展的各个阶段，每个国家、团体都是十分重视舆论影响力的。

2. 在媒体融合时代积极提升电视新闻传播舆论影响力的相关策略

2.1 优化电视新闻媒体选题

在媒体融合的时代背景下，传统的电视新闻结合自身的基本情况，积极地与各种各样的新媒体形态进行融合，在充分凸显电视新闻自身优势的基础上，依托新媒体的媒介优点，实现了电视新闻的积极转型。电视新闻转型的一个主要表现就是电视新闻的传播效率越来越高，在高速的信息传播之下，众多电视受众的意志力就会弱化，从另一个角度来说，传统媒介中受众的忠诚度会随着新媒体时代的到来而降低，这也不同程度地激化了电视媒体与新媒体之间的竞争。

基于目前媒体融合时代背景下所出现的这一情况，电视新闻要想在白热化的媒介竞争中胜出，继续发挥自身媒体的积极作用和价值，就必须充分认知自身的优势，精准把握电视新闻本身的特长和优势，再借助于新媒体特色，实现融合创新。在进行电视新闻选题的时候，笔者认为可以将新闻事件分为重大事件、典型报道和突发事件三个大方面来进行选

题。

首先是重大事件。一般电视新闻所涉及到的重大事件都属于时政类新闻的范畴。这些时政类新闻一般都是与国家和社会关系较为密切的事件，因此在对这些重大事件进行搜集素材、生产、加工报道材料的时候，一定要根据相关政策要求和国家形势方针等，对所报道的中心内容或侧重内容进行精准而严谨的把握。这样不仅树立了正确的舆论导向，同时也在广大受众心目中树立起属于电视新闻的公信力和权威性。

其次是针对典型的报道。电视新闻在进行典型报道的时候需要凸显特色，做到真实感人。笔者这里所说的典型报道是以一定时间段内在同类事物或人物群体中间所涌现出的突出事迹或者突出人物为对象而进行的有针对性的报道。当然典型有正面的典型也有负面的典型。负面的典型对我们具有教育意义，可以促使受众更深刻地感知负面事件所产生的不良后果，进而来规范自身行为。正面的典型对我们有激励和感召意义。可以促使我们严格要求自己，将自己不自觉地与好的形象靠拢，提升自己的行为意识水平。其实不管电视新闻报道的内容是正面典型还是负面典型，电视新闻单位都必须要把握好社会主旋律，弘扬社会主义价值观和理念，引导社会舆论走上正规化。

对于突发事件的报道要讲究速度和时效性。一般来说突发的事件往往备受社会关注，因此在进行突发事件报道的时候，电视新闻媒体一定要站在党和人民的立场来进行积极引导、申明观点，探索针对突发事件背后问题的解决策略。

2. 2 增强电视新闻媒体时效

媒体融合时代背景之下，信息的传播速度非常快，这就要求电视媒体需要有更加敏锐的舆论发现力，在发现社会所关注的有新闻价值的问题之后，要对事件的进展进行 24 小时不间断的关注和反馈，通过电视新闻的新闻客户端、官方网站、论坛等媒体融合渠道进行新闻事件动态、进展的即时发布，并与受众群体在线沟通和交流，及时了解群众的关注热点，在此基础上对发布的新闻侧重点进行及时的调整，以满足受众的心理，进而赢得受众的信任和好感，实现电视新闻传播的舆论影响力。

2. 3 加强与新媒体受众沟通

信息化时代背景之下，各式各样的新媒体之所以吸引很多受众的眼光，就是因为新媒体所具有的种种传统媒介所不具有的优势。尤其是新媒体所具有的个性化需求和实时与受众沟通交流的特性，更是赢得了大量受众的“芳心”。基于这种情况，当今媒体融合背景下，电视新闻应当建立健全受众沟通交流渠道，比如电视新闻与互联网融合，依托互联网的在线实时沟通优势，实现电视新闻和受众之间的随时沟通、交流，来解决受众的疑惑，并对受众进行潜移默化的引导。

2. 4 拓宽电视新闻发布渠道

新媒体的多种形式为电视新闻提供了更多的新闻发布渠道，比如电子报、互联网、新闻客户端、微信、微博、论坛等。形态和优势各异的新媒体形式吸引了大量的受众群体，换句话说就是当今形势下，受众获取新闻资讯的渠道多种多样。所以说电视新闻要想做好新闻的高效、全面发布，让更多的受众接受到信息，就必须依托于新媒体的传播渠道，覆盖尽可能多的受众群体。

2. 5 改革电视新闻传播方式

当今时代中，科技的发展日新月异，依托受众喜好而量身定制的个性化新媒体形式层出不穷，因此当下的媒体环境呈现出舆论环境宽松、媒体竞争激烈、传播方式多变的局面，这样的媒介环境中，电视新闻所面临的生存和发展的压力挑战不难想象。但也要看到这种压力挑战既是危机也是机遇。电视新闻只要充分立足于自身的媒介优势，借鉴新媒体的优势，创新自身的传播方式，在融合中发展，在融合中创新，那么电视新闻的地位便无可替代。

具体来说，一方面电视新闻要积极搭载新媒体的优势，运用网络平台。另一方面电视新闻要对互联网的发展格局进行准确定性，组建合理高效的电视新闻人才梯队，创新电视传播方式，拓展电视传播渠道，打造电视传播平台，让电视新闻充分迎合受众的喜好，实现新闻信息的更高效传播。

3. 结束语

综上所述，在媒体融合时代里，电视新闻面对着前所未有的发展压力与挑战，因此电视新闻只有充分发挥自身的优势，并依托新媒体优势，与之积极融合，才能取得高效快速的发展，在竞争日益激烈的信息化新时代里有效地提升电视新闻传播的舆论影响力，进而使电视新闻立于不败之地。媒

参考文献

[1] 沈正赋 . 新媒体时代新闻舆论传播力、引导力、影响力和公信力的重构 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2016（5）.

[2] 薛瞳瞳，段铮，高红肃 . 全媒体时代电视新闻媒体如何提升公信力、传播力、影响力 [J]. 采写编，2014（1）.

[3] 张秀兰 . 新媒体时代传统电视新闻节目如何提升传播影响力 [J]. 新媒体研究，2016（23）.

（作者单位：山东省菏泽市定陶区广播电视台）